



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA

**“CALIDAD DE SERVICIO EN LA CAFETERÍA STARBUCKS,
JIRÓN MORELLI DEL DISTRITO DE SAN BORJA, 2016”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION EN TURISMO Y
HOTELERÍA

AUTOR:

HELEMT FLORES RAMOS

ASESOR:

MARÍA DE LAS MERCEDES ELIZABETH VIGO GÁLVEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y CENTROS DE ESPARCIMIENTO

LIMA – PERÚ

2016

PAGINA DEL JURADO

Mg. María Vigo Gálvez
PRESIDENTE

Mg. Karina Enríquez Gamarra
SECRETARIO

Mg. Alexander López Uribe
VOCAL

DEDICATORIA

Esta tesis dedico a mis padres, mi hermano y sobrina, aquellas personas que me han brindado su ayuda y apoyo incondicional y poder así llegar a esta instancia de mis estudios. Agradezco a Dios quien está conmigo en cada paso que doy en la vida.

También agradezco la protección y el soporte ofrecido por parte de mi hermosa madre Francisca, que a lo largo de mi existencia me ha demostrado su cariño y amor eterno, corrigiendo mis errores y aplaudiendo mis éxitos.

A mi hermano Abel, quien me apoya y ayuda desde siempre en cada día de mi vida, A mi padre Juan que confía en mis proyectos y metas trazadas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la empresa Delosi, Starbucks Perú por la accesibilidad a la información de la empresa para la realización del desarrollo de mi tesis, a la gerente Nataly Lozano Salas y a mi asesora María de las Mercedes Vigo por su seguimiento y correcciones necesarias en la investigación.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Flores Ramos, Helemt con DNI N° 73784500, a consecuencia de efectuar con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración en Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda la documentación que sustento es veraz y auténtica.

Del mismo modo, declaro bajo juramento que todos los fundamentos e investigación que se manifieste en la presente tesis son legítimos y veraces.

En tal sentido admito la responsabilidad que pertenezca ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información a portada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 27 de junio del 2016.

FLORES RAMOS, HELEMT

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En acatamiento del Reglamento y Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Calidad de servicio en la cafetería Starbucks, Jirón Morelli del Distrito de San Borja, 2016” con el objeto de identificar la satisfacción de los clientes que consumen en el establecimiento, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería.

La autora.

INDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I.INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Realidad Problemática.....	1
1.2 Trabajos previos.....	2
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	6
1.4 Formulación del problema.....	10
1.5 Justificación del estudio.....	10
1.6 Objetivos.....	11
II. METODO.....	13
2.1 Diseño de investigación.....	13
2.2 Variables, operacionalización.....	14
2.3 Población y muestra.....	15
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	16
2.5 Métodos de análisis de datos.....	18
2.6 Aspectos éticos.....	18
III. RESULTADOS.....	19
IV. DISCUSIÓN.....	24
V. CONSLUSIONES.....	29
VI. RECOMENDACIONES.....	30
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	32
VIII. ANEXOS.....	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Operacionalización de la variable Calidad en el servicio.....	14
Tabla 2.2. Calculo de muestra.....	16
Tabla 2.3. Juicio de expertos.....	17
Tabla 2.4. Resumen de procesamiento de casos.....	17
Tabla 2.5. Estadísticas de fiabilidad.....	18
Tabla 3.1. Frecuencia de la variable calidad de servicio.....	19
Tabla 3.2. Parámetro estadístico de la variable Calidad de Servicio.....	19
Tabla3.3. Parámetros Estadísticos de las dimensiones por comparación.....	20
Tabla 3.4. Parámetros estadísticos de los resultados obtenidos por dimensión.....	21
Tabla 3.4 Frecuencia de la dimensión fiabilidad.....	21
Tabla 3.5. Frecuencia de la dimensión capacidad de respuesta.....	21
Tabla 3.6. Frecuencia de la dimensión seguridad.....	22
Tabla 3.7. Frecuencia de la dimensión empatía.....	22
Tabla 3.8. Frecuencia de la dimensión elementos tangibles.....	23

RESUMEN

La actual investigación es de tipo cuantitativa, cuyo objetivo fue establecer la percepción de calidad de servicio en la cafetería Starbucks del jirón Morelli del distrito de San Borja, desde la perspectiva de los clientes. La técnica e instrumento de recolección de datos fue la encuesta, concluyendo que los consumidores tienen una perspectiva buena según el 73.7% en relación a la atención y servicio que reciben por parte de los colaboradores de la marca. Dicha percepción por parte de los consumidores se debe a que la empresa maneja un estándar de calidad a nivel mundial, sin embargo los colaboradores aun no las cumplen como lo establece la empresa donde laboran.

En la actualidad, la empresa está enfocada a la calidad de servicio que brinda a sus clientes y como se sabe, la innovación y la prestación de servicios es necesaria para que los consumidores cubran sus perspectivas y logren cumplir sus necesidades. En tal caso, la cafetería Starbucks del jirón Morelli debe mejorar la ejecución de sus estándares de atención con el objetivo de mejorar la atención que se brinda a los clientes.

Palabras claves: calidad, servicio, estándar y perspectiva.

ABSTRACT

The current research is quantitative, which aims to establish the perception of service quality in the Starbucks cafe of the shred Morelli from the District of San Borja, from the perspective of customers. Technique and instrument of data collection was the survey, concluding that consumers have a good perspective according to 73.7% in relation to the attention and service given by the collaborators of the brand. This perception by consumers is due to that the company manages a worldwide quality standard, however employees still do not meet them as established by the company where they work. At present, the company is focused on the quality of service provided to its customers and as you know, innovation and the provision of services is necessary for consumers to cover their perspectives and will meet your needs. In such a case, the Starbucks cafe of the shred Morelli must improve the implementation of its standards of care in order to improve the attention received by its customers.

Key words: quality, service, standard and perspective.